

**STUDI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY USAHA PENGOLAHAN  
KAYU DI CV. MERTANADI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Akuntansi**



**Diajukan oleh:**

**Harli Berto Raharja  
0713010213/ FE/ EA**

**Kepada**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul “

### **STUDI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY USAHA PENGOLAHAN KAYU DI CV. MERTANADI**

Meskipun melalui proses yang cukup panjang dan melelahkan, pada akhirnya penulis dapat memahami betapa penting arti sebuah pengorbanan dan doa demi tercapainya tujuan yang diinginkan.

Skripsi ini dapat diselesaikan tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan, nasehat serta bimbingan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. H. R.A Suwaidi, MS selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Sri Trisnaningsih, M. Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dr. Indrawati Yuhertiana, MM. AK. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk

membimbing dan mengarahkan penulis demi kesempurnaan penyusunan skripsi.

6. Dosen, Staf Pengajar dan Karyawan Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Semua pihak Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Kepada kedua Orang Tua ku “Ibu dan Ayah” dan kakak-kakakku “mas Prana dan mas Iwan” yang telah memberi dukungan sampai pada proses tugas akhir.
9. Ucapan terima kasih untuk Keluarga Besar Om Wayan Budiarsa yang telah memberi bimbingan.
10. Kepada seseorang yang Spesial buatku “Devi” yang telah membantu dan memberi dukungan sampai saat ini dan seterusnya.
11. Untuk teman-teman yang telah membantu “Risan, Arda, Ucup, Atta, Daniel, Ekki, Gendut” dan seluruh teman-teman yang tidak disebutkan satu-persatu.

Penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu berkenan melimpahkan Rahmat-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih kurang dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Desember 2011

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....   | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....   | ii   |
| KATA PENGANTAR .....  | iii  |
| DAFTAR ISI .....  | v    |
| DAFTAR TABEL .....  | vii  |
| DAFTAR GAMBAR .....   | viii |
| ABSTRACT .....  | ix   |
| <br>BAB I PENDAHULUAN   |      |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1    |
| 1.2 Fokus Penelitian .....  | 9    |
| 1.3 Permasalahan.....   | 9    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....  | 10   |
| 1.5 Manfaat Penulisan .....   | 10   |
| <br>BAB II TINJAUAN PUSTAKA   |      |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....   | 11   |
| 2.2 Landasan Teori .....  | 16   |
| 2.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR) .....   | 16   |
| 2.2.2.1 Pengertian CSR .....  | 16   |
| 2.2.2.2 Manfaat CSR.....  | 18   |
| 2.2.2.3 Aktivitas CSR .....   | 18   |
| 2.3 Hubungan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dengan<br><i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 19   |
| 2.3.1 Prinsip-prinsip GCG .....   | 19   |
| 2.3.2 Konsep Triple Bottom Line .....   | 21   |
| 2.3.3 Ruang Lingkup CSR .....   | 23   |
| 2.4 Akuntabilitas.....  | 24   |
| 2.4.1 Pengertian Akuntabilitas .....  | 24   |
| 2.5 Pengungkapan CSR .....  | 25   |
| 2.5.1 Alasan Pengukuran dan Pengungkapan Kinerja CSR ....   | 26   |
| 2.5.2 Laporan Keberlanjutan ( <i>Sustainability Report</i> ) .....  | 29   |
| 2.5.3 Teknik Pelaporan CSR .....  | 30   |
| <br>BAB III METODE PENELITIAN   |      |
| 3.1 Jenis Penelitian .....  | 31   |
| 3.2 Ketertarikan Peneliti.....  | 32   |
| 3.3 Informan .....  | 33   |
| 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....   | 33   |
| 3.5 Teknik Analisis.....  | 35   |
| 3.6 Pengujian Kredibilitas Data.....  | 36   |

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| <b>BAB IV</b> | <b>DESKRIPSI OBYEK</b>   |    |
| 4.1           | Sejarah Perusahaan.....  | 39 |
| 4.1.1         | Filosofi Perusahaan .....  | 42 |
| 4.1.2         | Strategi Perusahaan .....  | 43 |
| 4.1.3         | Kemampuan dan Kapasitas Produksi .....   | 44 |
| 4.2           | Struktur Organisasi.....   | 45 |
| 4.2.1         | Aktivitas CV. Mertanadi .....  | 46 |
| 4.2.2         | Sumber Air dan Listrik .....   | 46 |
| 4.2.3         | Tenaga Kerja .....   | 47 |
| 4.2.4         | Pengelolaan Limbah Air .....   | 47 |
| 4.2.5         | Penanganan Limbah Padat .....  | 48 |
| 4.2.6         | Penanganan Kebisingan dan Pencemaran Debu .....  | 48 |
| 4.3           | Produk CV. Mertanadi .....   | 49 |
| <b>BAB V</b>  | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>   |    |
| 5.1           | Pemahaman <i>Corporate Social Responsibility</i> di<br>CV. Mertanadi .....                         | 53 |
| 5.2           | Implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i><br>dalam Sudut Pandang Pengamatan..... | 56 |
| 5.3           | Promosi Yang Digunakan Untuk Menarik Pelanggan .....   | 62 |
| 5.4           | Pelaporan Keuangan <i>Corporate Social Responsibility</i><br>Pada CV. Mertanadi .....              | 63 |
| 5.5           | Keterbatasan Penelitian .....  | 65 |
| <b>BAB VI</b> | <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>  |    |
| 6.1           | Kesimpulan.....  | 66 |
| 6.2           | Saran .....  | 67 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

FOTO-FOTO PROFIL

## DAFTAR TABEL

|            |                              |    |
|------------|------------------------------|----|
| Gambar 3.1 | Main Research Question ..... | 38 |
|------------|------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Konsep Triple Bottom Line .....         | 21 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi CV. Mertanadi ..... | 45 |

# **STUDY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IMPLEMENTATION IN TIMBER PROCESSING BUSINESS CV. MERTANADI**

By :

Harli Berto Raharja

## **ABSTRACT**

Corporate Social Responsibility (CSR) is a company commitment or business world to contribute in sustainability economy development by pay attention corporate social responsibility and emphasized in balance between attention toward Economy, Social and Environment Aspects.

The main purpose of this research to know about Corporate Social Responsibility (CSR) implementation in timber processing business in CV. MERTANADI and to know how Corporate Social Responsibility (CSR) system in CV, MERTANADI.

Based on observation that found in basically, financial record understanding view by CV. MERTANADI had comprehending financial report however in its company financial record suitable with its knowledge and self-comprehension. CV. MERTANADI company financial statement simply compatible with need and ability. CV. MERTANADI bookkeeping already use computerization system.

***Keywords : Corporate Social Responsibility, Environment Impact, Accounting, Financial Record***



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini perusahaan di berbagai belahan dunia sedang gencar berkompetisi untuk menjadi yang terbaik. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan sekitarnya, hal ini dikarenakan perusahaan menggunakan sumber-sumber daya yang secara keseluruhan berasal dari lingkungan, hal ini menyebabkan perusahaan mempunyai tanggung jawab yang sangat besar terhadap lingkungan.

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap Aspek Ekonomi, Sosial dan Lingkungan.

Kompleksitas permasalahan sosial (*social problems*) yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan Implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam memperdayakan masyarakat miskin sekitar.

*Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational. Wacana ini digunakan

oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

*Corporate sosial Responsibility (CSR)* sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *Single Bottom Line*, yaitu nilai perusahaan (*Corporate Value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Saat ini konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* di gadang-gadang sebagai jurus jitu perusahaan dalam mewujudkan penerapan *Good Corporate Governance (GCG)*. Fakta telah menunjukkan bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan perusahaan yang tidak dianggap tidak memperhatikan faktor sosial dan lingkungan. Adanya keyakinan bahwa keberlangsungan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi sosial dan lingkungan. Dalam era globalisasi kesadaran akan penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi penting seiring dengan perubahan paradigma yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya

(*Cost Centre*) melainkan sebagai sentra laba (*Profit Centre*) di masa mendatang (Wibisono, 2007).

Dalam dunia industri saat ini ada beberapa hal yang menjadi pertanggung jawaban yaitu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan akuntansi, akuntansi dalam dunia bisnis memegang peranan penting sebagai alat pertanggungjawaban mempunyai fungsi sebagai alat pengendali terhadap aktivitas setiap unit usaha. Selama ini produk akuntansi di maksudkan sebagai pertanggungjawaban manajemen pada pemilik saham, kini paradigma tersebut di perluas menjadi pertanggungjawaban kepada seluruh *stakeholders*. Dalam hal ini perusahaan di tuntut untuk memberikan bahan informasi mengenai aktivitas sosialnya, seperti pendapat Belkaoui (2009) “Atas dasar pedoman yang tersedia tersebut, akuntansi adalah sebuah sains sosial“. Sejauh ini perkembangan akuntansi konvensional (*Mainstream Accounting*) telah banyak dikritik karena bukan hanya merangkum informasi tentang hubungan perusahaan dengan pihak ke dua (partner bisnisnya), tetapi juga dengan pihak ke tiga ( Harahap, 2007).

Sebagai perusahaan yang berkomitmen dalam mewujudkan *Good Corporate Governance* (GCG), transparansi merupakan salah satu aspek penting yang tidak boleh di pindahkan. Wujud transparansi dalam pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut dituangkan dalam laporan yang disebut sebagai laporan keberlanjutan. Perusahaan merupakan institusi yang didirikan oleh mandat dan masyarakat, maka laporan keberlanjutan dibuat untuk menunjukkan pencapaian, proses dan evaluasi serta agenda perusahaan dalam memaksimalkan dampak positif untuk mencapai tujuan pembangunan

berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan. Melalui laporan keberlanjutan ini dapat diketahui apakah perusahaan sudah menjalankan akuntabilitas sosial dan lingkungan secara optimal, perusahaan bukan hanya diminta patuh pada ketentuan perundang-undangan yang berlaku tetapi juga konsensus, dan inisiatif-inisiatif ini yang diprakarsai oleh berbagai institusi atau asosiasi industri terutama yang berkaitan dengan isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Darwin,2007).

CV. MERTANADI adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan konstruksi di Indonesia, berlokasi di Banjar Perang Lukluk, Sempidi, Badung-Bali. Resmi berdiri sejak 15 November 1985 dan sampai saat ini bergerak di bidang kontraktor dan produksi olahan kayu yang meliputi : pintu dan kusen, furniture, kitchen sets, decking, flooring (parquet) dan komponen rumah atau bangunan. Orientasi pasar CV. MERTANADI mulai dari perorangan, developer (pengembangan), perusahaan-perusahaan, hotel, sampai butik hotel. Dan pemasarannya pun tidak hanya mencakup pasaran domestik atau lokal, tetapi juga telah menjangkau ke berbagai negara di dunia.

Visi dan misi dari CV. MERTANADI adalah menerapkan sistem pengolahan yang hemat dan efisien melalui pemanfaatan teknologi yang inovatif dan modern tanpa mengurangi mutu, fungsi disamping juga dapat menekan harga. Hal ini disebabkan saat ini jumlah hutan di Indonesia terus mengalami penurunan baik karena itu proses alami seperti bencana alam atau kebakaran, dan atau karena ulah manusia berupa pembabatan hutan untuk keperluan lahan pertanian, pemukiman atau untuk memenuhi konsumsi masyarakat dan industri.

CV. MERTANADI bertujuan untuk menjadi salah satu aset nasional di bidang industri khususnya pengolahan kayu yang ramah lingkungan, juga untuk tetap bertahan dalam persaingan dengan perusahaan sejenis dengan mengutamakan kualitas pemikiran, ide-ide yang inovatif dan kerjasama yang baik dengan semua pihak. CV. MERTANADI membangun kepercayaan melalui kepuasan konsumen dengan cara mengembangkan sistem manajemen kualitas yang meliputi : (1) produk dan aplikasi yang sesuai, (2) harga yang kompetitif, (3) pengawasan penuh terhadap kualitas, (4) tepat waktu, (5) kepercayaan jangka panjang.

Dalam mempelajari dan memahami dengan tepat apa yang dibutuhkan oleh konsumen, CV. MERTANADI selalu berusaha memberikan kepuasan dan keuntungan kepada konsumen. Dalam proses pengolahan kayu, kayu dan material yang dipergunakan dipilih dari kayu-kayu dan material dengan kualitas terbaik di kelasnya dan di tunjang dengan proses pengolahan yang baik dengan mesin-mesin yang telah disediakan di pabrik CV. MERTANADI. Selama proses pengolahan kayu berlangsung, mulai dari proses awal yaitu pembentukan kayu yang masih berupa bahan baku atau bahan mentah sampai menjadi barang jadi terdapat pelanggaran kinerja dari industri pengolahan kayu tersebut. Pelanggaran tersebut timbul ketika proses pengolahan kayu yang kurang optimal dalam mengatasinya. Hal utama yang membuat penanganan kurang optimal adalah kurangnya alat seperti mesin yang diperlukan dalam mengantisipasi timbulnya banyak serbuk yang dihasilkan dari proses pengolahan kayu. Serbuk yang terlalu banyak mengakibatkan mesin yang telah disediakan sebelumnya seperti mesin penyedot

serbuk kurang optimal dalam mengatasinya. Hal-hal lain yang bisa timbul akibat serbuk yang kurang biasa di atasi secara optimal tersebut dapat menyebabkan polusi udara yang kurang baik terutama bagi para pekerja yang berada di pabrik. Untuk mengatasi hal yang terjadi, CV. MERTANADI segera mengambil tindakan agar masalah tersebut tidak berlangsung lama, yaitu dengan menambah beberapa mesin yang mempunyai fungsi dan kualitas lebih efektif dari mesin-mesin sebelumnya agar dalam proses pengolahan kayu dapat di atasi secara optimal. Tindakan tersebut tidak hanya dapat membuat serbuk-serbuk saja yang dapat di atasi secara optimal tetapi para pekerja pun juga dapat bekerja secara optimal karena pernafasan mereka tidak terganggu oleh serbuk-serbuk dari proses pengolahan kayu, selain itu para penduduk pun yang berada di sekitar pabrik tidak akan merasa terganggu seperti sebelumnya.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *Single Bottom Line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *Triple Bottom Lines*. Di sini *Bottom Lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek

ekonomi, sosial dan lingkungan hidupnya.

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara konseptual baru di kemas sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1). Maraknya fenomena “*Take Over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2) Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangnya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga diuntut supaya memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekuatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merek dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan.

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) : lingkungan dan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin, 2007).

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM). Indonesia tidak ketinggalan untuk menekankan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan. Pada tanggal 20 Juli 2007, disahkan UU penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan melalui peraturan pemerintah (PP). Ketentuan itu sudah ditetapkan dalam UU Perseroan Terbatas (PT) dan UU Investasi.

Peraturan baru ini ditanggapi dengan berbagai respon oleh dunia usaha Indonesia. Suara kontra beralasan jika perusahaan dituntut melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka hal tersebut akan menambah biaya operasional, sementara jika tidak dilakukan, akan mendapat sanksi. Suara yang pro menyatakan memang sudah seharusnya perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai kewajiban tanpa harus dibuatkan peraturan, seperti halnya di luar negeri. Hal ini memperlihatkan bahwa komunitas bisnis Indonesia masih belum yakin bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memberikan dampak positif bagi tujuan utama mereka, yaitu penciptaan kesejahteraan pemegang saham.

Di Indonesia wacana mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi



mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berkaitan dengan fenomena pada latar belakang diatas, maka penulis mencoba menelaah dalam suatu penelitian yang berjudul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap dampak lingkungan pada usaha pengolahan kayu. (Studi Kasus pada usaha pengolahan kayu CV. MERTANADI).

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka fokus penelitian sebagai berikut :

1. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada usaha CV. MERTANADI (sistem *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan saat ini).
2. Jenis kegiatan operasional pada usaha pengolahan kayu CV. MERTANADI, (tentang operasional pabrik, tidak hanya pengolahan, bisa juga dengan kegiatan lain misalnya kerajinan).

## **1.3. Permasalahan**

Berdasarkan Fokus Penelitian yang telah ditetapkan tersebut, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengenai dampak

lingkungan pada usaha pengolahan CV. MERTANADI?

#### **1.4. Tujuan penelitian**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada usaha pengolahan kayu di CV. MERTANADI dan untuk mengetahui bagaimana sistem *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada usaha CV. MERTANADI.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Tercapainya tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka hasil penelitian akan memiliki manfaat praktis dan teoritis.

##### **1. Manfaat Praktis**

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan dengan baik, maka akan bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat sekitar dan berharap dapat mengelola unit usaha menjadi lebih baik sehingga usaha yang dikelola akan mengalami kemajuan yang signifikan. Dengan kata lain peneliti berharap pengelola dapat mengelola unit usaha menjadi lebih profesional.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu akuntansi terutama pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) terutama pada tanggung jawab perusahaan sebagai akibat dari aktivitas perusahaan.